数字出版时代图书编辑如何把控传播内容

黎 艳
（机械工业信息研究院，北京 100037）

摘 要：数字出版时代的到来，使人们获取信息的渠道日益多样化，尤其是手机、电子阅读器等新媒体的强劲发展，使人们的阅读方式和阅读习惯发生了翻天覆地的变化。为了迎合市场和读者需求，图书出版充斥着大量暴力、婚外情、封建迷信等低俗不堪的内容。但图书的意识形态属性和文化属性，决定其不能等同于一般的商品。因此，必须要时刻强化编辑的责任意识，不能松懈。在实际工作中，编辑作为图书出版的中枢，要切实承担起自己的文化责任和政治责任，树立精品意识，为传播社会主流价值观和中华民族优秀文化贡献自己的一份力量。

关键词：数字出版；图书编辑；责任意识；精品意识；传播内容 **中图分类号：**G214.1 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-064-02 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.019
本文著录格式：黎艳 . 数字出版时代图书编辑如何把控传播内容 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：64-65.

随着互联网和信息技术的快速发展，出版物特别是图书出版，在编辑制作过程中，对新技术的应用、编辑流程优化以及编读互动方面，呈现出日新月异的发展态势。与此同时，人们可以通过搜索引擎、专业网站获得所需的信息和知识。一些网络作品，不经过传统出版社就可直接让读者免费阅读或付费阅读，极大地降低了人们获取信息的成本。技术革新和信息获取渠道的多样化，使得图书出版行业的竞争日趋激烈。为了生存谋发展，一些小的出版社优先考虑的是如何占领市场和实现经济效益最大化，而对于图书的原创性和精品质量要求退居其次。甚至为了迎合读者的低级趣味，不惜滑向庸俗和浅薄，图书内容的同质化现象日趋严重。

市场经济大发展下，我们日益强调图书的商品属性，过多关注图书产品所带来的经济效益如何，一本书推向市场后卖得好不好成为考核编辑的重要指标。然而，图书的意识形态属性和文化属性决定其不能等同于一般商品。编辑作为图书产品的把关人，在图书选题策划和审稿加工过程中，起着至关重要的作用。因此，即便是在数字出版时代，时刻强化编辑的责任意识仍然是非常有必要的。

1. 必须强化编辑的文化责任意识

图书出版是人类文化生产的重要组成部分，是人类文化创造成果的一种社会表现形态。可以说，图书出版从诞生之日起就与人类文化的传承和传播密切相关。[1]因此，图书出版有一定的商品属性，但是它也有一些特殊的属性。它具备人类精神文化传承的属性，是人类文化成果的展现，关乎人类心灵的滋养。在我国，图书出版不仅承担着文化服务、文化交流的重要功能，还肩负着构建社会主义和谐社会，以及传播先进文化的重要使命。图书产品一旦走入市场，不但影响着广大读者的价值取向和生活观念，而且推动着文化的变迁和进步。

数字出版时代，网络阅读快速增长，但日益呈现出庸俗化、浅显化的阅读倾向。比如出现所谓的“男玄幻、女后宫、穿越盗墓耽美风”等类的作品盛行书市，[2]甚至有些作品充斥着婚外恋、乱伦、暴力、权谋等主题，这些不良内容非但不能滋养读者的心灵，还对青少年的身心健康产生不良影响。编辑活动是图书出版的中枢环节，一本书的质量好坏，除了依靠作者，编辑的个人智慧和文化底蕴也非常重要。因此，数字时代有必要重新强化图书编辑的文化责任意识，自觉维护社会主义核心价值观和新时代中国特色社会主义理论思想，尽力矫正大众阅读的不良倾向，积极推动人们的阅读行为向积极、健康的方向发展，以对抗网络文化泛滥所带来的庸俗、浅薄等负面影响。这就要求编辑加大选题策划的创新力度，引导作者生产出高品位、文化内涵丰富且健康的优质图书作品。

2. 必须要强化编辑的政治责任意识

出版机构无论怎样市场化，都不能忽视图书本身所具有的意识形态属性，这就要求编辑在选题策划和审稿加工等图书出版的各个环节，做好政治把关工作，掌握好图书出版的舆论导向。在操作层面具体有以下几个政治把关要点。

2.1 图书出版不能出现思想政治观点错误的情况

有的作者因其个人认识的局限性，或者受国外思想观念的影响，在书稿中别有用心地借探讨问题的名义，向读者传播一些错误的思想政治观点。比如将社会发展中不可避免出现的问题归咎于国家政策，怀疑和否定四项基本原则，否定党的历史等，盲目崇拜欧美国家的民主和自由。

2.2 图书出版严禁出现泄露国家秘密、危害国家安全的情况

凡是涉及军事题材，比如国防建设和武装力量情况；

民族、宗教政策，比如尊重少数民族的宗教信仰和风俗习惯；党的文献和历史档案，国家事务的重大决策，以及外事活动和国家外交等重要内容，一旦出现在书稿中，图书编辑一定要严格遵守《新闻出版保密规定》，看是否涉及国家秘密，自己拿不准的，要依靠权威部门的判断，看是否属于重大选题范畴，按程序提出选题立项申请，待有关部门批准后方可启动。对于军事题材，编辑尤其要注意出版社是否有相关的出版资质。

2.3 图书出版严禁出现宣扬邪教、迷信，或者教唆犯罪等危害社会公德的情况

数字出版时代，出版行业的竞争日趋激烈，有的出版机构为了在市场竞争中占据一席之地，不惜铤而走险，出版内容不仅内容庸俗不堪，还有违社会公德，严重危害到青少年的身心健康，造成社会思想混乱，扰乱正确的舆论导向。

因此，图书编辑要擅于去伪存真，去粗取精，摒弃图书中存在的思想糟粕，坚持弘扬社会主义先进文化，努力出版有利读者、有利社会的优质图书。

3. 必须要强化编辑的图书精品意识

数字化技术为出版物带来了丰富多样的外在形式，但出版行业作为文化创意产业的组成部分，其本质属性仍是出版产品的文化内涵和思想层次。现在市场上的新书品种越来越多，我国每年出版的图书数量也多达几十万种，但很多都是昙花一现的产品，原创精品图书很少，真正引导社会文化主流、滋养大众心灵，且流传后世的图书佳作更是相当匮乏。复旦大学图书馆原馆长葛剑雄表示，他每次去书店进书选书，都认为至少有 60%–70% 的书是可出不可出的，而就他个人的选择标准而言，90% 的书都是可出可不出的。[3] 究其原因在于，在市场经济高速发展，出版单位转企改制的经济压力之下，出版界追求的是图书出版数量和流入市场的速度，面对五花八门的书稿，编辑放松了对图书产品的内容选择和把关，弱化了打造优质好书的精品意识。

多年以来，我国一直实施文化强国战略，坚持优秀文化走出去，将属于中华民族的优良传统和民俗风情在世界范围内得到广泛传播。这就需要大批用心打造的精品图书，这也是出版社在市场竞争中取胜的不二法宝。要想将图书做成精品，需要编辑做到以下几点：

3.1 积极主动的信息捕捉意识

知识经济时代，我们工作、学习和生活的一切方面都与信息密切相关，除了互联网，图书依然是人们获取信息的重要渠道。作为图书编辑，必须要具备强烈的信息捕捉意识，只有掌握了足够多的信息，并对此进行归纳整理，全面系统地科学分析之后，才能从浩瀚的信息海洋中提炼出品位独特、角度新颖的内容，从中获得选题策划的灵感，最终推出既符合读者期待，又具有社会意义的精粮细作。[4]

3.2 面向社会的市场意识

当前，出版社竞争的焦点之一就是选题，谁能在选题中脱颖而出，谁就有可能在市场上获得更高的回报。而要想在选题上略胜一筹，就必须要准确把握市场脉搏和读者心理。这就要求图书编辑增强市场意识，努力提高对市场的分析和预测能力，不能只是坐冷板凳看书稿，还要关心读者需求，分析图书的市场走向，唯有此才有可能策划出符合市场需求的选题。[5] 最终构建出有价值、有品质以及有深度的阅读文化体系，为文化强国战略贡献自己的一份力量。

结语

近年来，随着数字时代的发展，出版业也呈现出日新月异的变化，为了在激烈的竞争中获取一席之地，很多出版企业开始走多种经营的路线，忙着扩大规模，忙着上市，却忘记了编辑身上所肩负的社会责任和文化使命，导致一些不堪入目的书籍从自己手中流向市场，不仅严重误导读者，还给社会带来了不良影响。因此，在我国改革开放日益深化，经济结构转型升级的大背景下，我们有必要重提图书编辑的责任意识，重新强化编辑的文化责任意识、政治责任意识以及图书精品意识，让出版业成为宣传社会主义先进文化的重要阵地。媒

参考文献

[1] 黄瑛 . 论图书出版的文化责任 [J]. 电影评介，2007（10）：98–99.

[2] 何国军 . 试论数字时代图书编辑主体意识的重塑 [J]. 新闻知识，2014（06）：39–40+52.

[3] 任文京 . 时刻不忘强化图书编辑责任意识 [J]. 中国出版，2012（06）：45+47.

[4] 王晓娜 . 新媒体时代图书出版编辑工作创新路径思考 [J]. 传播与版权，2017（04）：54–55.

[5] 卫广刚 . 图书编辑的选题策划创新意识 [J] . 科技创新导报，2012（23）：239.

作者简介：黎艳（1981–），女，北京，编辑，研究方向：职业教育机械工程。

（责任编辑：张晓婧）